

د/ معيزي قويدر
جامعة البليدة

مداخلة بعنوان:

التجارة الالكترونية منافعها ومعوقاتها ومتطلبات نجاحها

ملخص المداخلة

لقد اصبحت مصطلح التجارة الالكترونية رائجا ومتداولا كثيرا على ألسنة الناس في الوقت الحالي ،لأنها غيرت نمط الحياة والمعاملات على ارض الواقع، ولقد أتاحت هذه التجارة الكثير من المزايا لرجال الأعمال وللزبائن ، فبالنسبة لرجال الأعمال أضحى من الممكن تجنب مشقة السفر للالتقاء مع شركائهم وعملائهم وأصبح بإمكانهم استغلال عامل الوقت والمال للترويج لسلعهم وعرضها في السوق ، أما بالنسبة للزبائن فأصبح بإمكانهم تجنب مشقة التنقل كثيرا للحصول على مبتغاهم أو الوقوف في طابور طويل آو حتى استخدام النقود التقليدية ،إذ يكفي الحصول على جهاز كمبيوتر وبرنامج مستعرض للانترنت والاشتراك بالانترنت

والتجارة الالكترونية لا تقتصر فقط على بيع وشراء السلع والخدمات وإرسال التحويلات المالية عبر الانترنت ، ولكن توسعت حتى أصبحت تشمل بالإضافة إلى العمليات السابقة على عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها جنبا إلى جنب مع السلع والخدمات ، كما أصبحت الأفاق التي تفتحها التجارة الالكترونية أمام المؤسسات ورجال الإعمال والأفراد لا تقف عند حد معين وكثير هي الدراسات والمقالات والندوات التي تتناول موضوع التجارة الالكترونية من جوانبها المختلفة وأهمية اللجوء إليها واعتمادها نمطا رئيسيا للنشاط التجاري في عصر المعلومات المتسم بالسرعة والدقة والتجدد وما تحققه من منافع ومزايا لم تحققها التجارة التقليدية ،وسوف أتناول موضوع هذه المداخلة في العناصر الآتية .

أولا :ماهية التجارة الالكترونية

تمثل التجارة الالكترونية احد مواضيع الاقتصاد الرقمي ،حيث يقوم هذا الأخير على حقيقتين:التجارة الالكترونية وتقنية المعلومات ،فتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي أوجدت واقع وحقيقة التجارة الالكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري

والتجارة الالكترونية هي نظام يتيح عبر الانترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات ،كما يتيح كذلك الحركات الالكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات ،حيث إن التجارة الالكترونية تتيح عبر الانترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة الزبائن،ويمكن تشبيه التجارة الالكترونية بسوق الكتروني يتواصل فيه البائعون سواء كانوا موردون أو شركات ، والوسطاء الممثلون في السماسرة ، والمشترون وتقدم في هذا السوق المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية ،كما يسدد ثمنها بالنقود الالكترونية.

أما بخصوص مصطلح التجارة الالكترونية فيتكون من مقطعين:

الأول : "التجارة" الذي يعبر عن نشاط تجاري من خلال تداول السلع والخدمات وفقا لأسس وقواعد متفق عليها الثاني:"الالكتروني" ويقصد به القيام بالنشاط التجاري باستعمال تكنولوجية المعلومات والاتصالات المكتشفة حديثا مثل شبكة الانترنت.

آما إذا نظرنا إلى المفهوم فنجد أن الفكر الاقتصادي لم يتفق على تعريف واحد ،بسبب التطور السريع الذي شهدته التجارة الالكترونية ،إضافة إلى الزاوية التي ينظر منها كل اقتصادي لأدبيات هذا الموضوع ،وسوف نحاول تقديم بعض التعاريف على سبيل المثل لا الحصر كما يلي:

1 ـ هي نوع من عمليات البيع والشراء بين شركات الأعمال أو بين المستهلكين والمنتجين ،باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال .

2 ـ هي استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد روابط فعالة بين الشركاء في التجارة .

3 ـ هي شكل من أشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين الشركات أو بين الشركات والزبائن أو بين الشركات وبين الإدارة العامة .

4 ـ هي نوع من أنواع تبادل الأعمال بين أطراف العملية،بطريقة أو وسيلة الكترونية بدلا من استخدامهم لوسائل مادية أخرى بما فيها الاتصال المباشر .

ومما سبق يمكن تقديم تعريف شامل للتجارة الالكترونية بحيث هي :"بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى "

من التعاريف السابقة نخلص إلى أن التجارة الالكترونية تتضمن العناصر الآتية :

ـ أداء العمليات التجارية بين الأطراف باستخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات .

ـ رفع الكفاءة وتحقيق الفعالية في التعامل هو هدف التجارة الالكترونية .

ـ إنها تتجاوز الحدود الزمنية والمكانية التي تعيق التعاملات التجارية .

ـ انه تتيح استجابة سريعة لطلبات السوق .

ـ تعمل على تبسيط وضوح إجراءات العمل .

ـ مفهوم شامل وغير محصور في التبادل التجاري بشكل الكتروني فقط ،بل يشمل كذلك عملية الإنتاج من خلال تقليل الوقت اللازم لإتمام سلسلة الأعمال .

ثانيا :الفرق بين التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية :

يستخدم الكثير من الناس مصطلح التجارة الالكترونية كمرادف لمصطلح الأعمال الالكترونية وهذا خطا شائع الاستعمال،فالأعمال الالكترونية أوسع واشمل من التجارة الالكترونية ،فالأعمال الالكترونية تعني أتمتة كل الأنشطة الاقتصادية التي تشمل الأنشطة الإدارية والمالية والخدماتية والإنتاجية وغيرها،ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع آو المورد بالزبون ،إذ هي اشمل من ذلك فتتعداها إلى علاقة المنشاة بموظفيها وزبائنها والى أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه .وضمن هذا المفهوم نجد البنك الكتروني وشركة التامين الالكترونية والمصنع الالكتروني وغيرها التي تتطور مفاهيمها حاليا تحت مفهوم أكثر شمولا يسمى الحكومة الالكترونية .

ثالثا :أشكال ومستويات التجارة الالكترونية.

1 ـ أشكال التجارة الالكترونية :

في الواقع العملي تأخذ التجارة الالكترونية أشكالا وصورا عديدة يمكن تقسيمها إلى أربع صور وهي :

أ- التجارة الالكترونية بين منشات الأعمال: هذه الصورة تتمثل في قيام منشاة ما باستعمال الشبكة للحصول على طلباتها من منشاة أخرى و استلام الفواتير وإتمام عمليات الدفع ،ويقتصر التعامل في هذا النوع من التجارة على الشركة وعدد مورديها وزبائنها ـ عن طريق الشفرة الموثقة set إضافة إلى بطاقة الائتمان visa وmaster card ـ وعناوين على شبكة الانترنت خاصة بالشركة لانتشر على الملا ،وتبلغ نسبة هذا النوع حوالي 85 في المائة من إجمالي التجارة الالكترونية سواء كان داخل الدولة أو بين الدول وذلك باستخدام تبادل الوثائق الكترونيا

ب- التجارة الالكترونية بين منشات الأعمال والمستهلك : وتتمثل في التجارة الالكترونية بالتجزئة،وهو يمثل البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي وقد شهدت نموا واتساعا منذ ظهور الويب (www) ، وتوجد اليوم الكثير من مراكز التسوق عبر الانترنت التي تعرض مختلف السلع والخدمات لصالح المؤسسات ،وتقوم بتنفيذ الصفقات التجارية من خلال شبكة الانترنت ،ويتم الدفع بطرق عديدة أكثرها شيوعا بطاقة الائتمان أو الشيكات الالكترونية أو نقدا عند التسليم ،وتبلغ نسبة هذا النوع 15 في المائة من حجم التجارة الالكترونية .

ج- التجارة الالكترونية بين منشات الأعمال والإدارة المحلية (الحكومة): هذه النوع يغطي كل التعاملات بين الشركات والمنظمات الحكومية ،فمثلا في الولايات المتحدة الأمريكية كل تفاصيل المشتريات الحكومية تنشر عبر الانترنت حتى تتمكن الشركات من التعامل معها الكترونيا ،وفي هذه النوع كذلك يمكن للمنظمات الحكومية أن تعرض بعض الخيارات الكترونيا لبعض التعاملات مثل تسوية ضرائب الشركات والرسوم،لكن هذه النوع حاليا يوجد في مرحلة النشأة ،لكنه يتوقع بان يتوسع

مستقبلا مع بدء استعمال الحكومات لعملياتها بأسلوب التجارة الالكترونية دون اللجوء إلى التعامل المباشر مع مكتب حكومي .

د- التجارة الالكترونية بين المستهلك والإدارة المحلية (الحكومة): هذه النوع حديث النشأة مقارنة بالأنواع السابقة ، ولكن هناك توقعات بان توسع الحكومات نطاق التعامل الالكتروني ليشمل مجالات أخرى مثل مدفوعات الضرائب أو مدفوعات الخدمة الاجتماعية .

2 ـ مستويات التجارة الالكترونية :

تتعدد التجارة الالكترونية في مستوياتها تبعا لدرجة تنفيذ الأنشطة الفرعية التي تتصل بأداء المعاملة التجارية ،وعلى العموم هناك مستويين ، مستوى بسيط ومستوى أكثر تطورا :

المستوى البسيط :ويشمل الترويج والدعاية للسلع والخدمات ،خدمات قبل وبعد البيع التوزيع الالكتروني للبضائع والسلع غير المادية ،تبادل الأعمال والتحويلات البسيطة .

المستوى الأكثر تطورا :ويتضمن الدفع على المستوى المحلي ،التوزيع والدفع على المستوى الدولي.

رابعا :مراحل تنفيذ معاملات التجارة الالكترونية:

تتم عمليات التجارة الالكترونية عبر ثلاث مراحل وهي كما يلي :

1 ـ مرحلة التعرف :ومن خلالها يتم التعرف على السلعة أو البضاعة المطلوبة ،والتواصل بين المنتج والمستهلك أو بين البائع والمشتري .

2 ـ مرحلة طلب الشراء والدفع :هذه المرحلة تأتي بعد الاتفاق على مواصلة إتمام الصفقة .

3 ـ مرحلة التسليم :هنا نميز بين البضائع المسلمة الكترونيا من خلال الانترنت وبين البضائع والسلع المسلمة باليد

خامسا : المجالات التي تستعمل فيها التجارة الالكترونية :

تستخدم التجارة الالكترونية في مجالات عديدة، نذكر البعض منها:

1 ـ تجارة التجزئة :مثل تجارة الكتب والمجلات حيث يمكن البحث في المحتوى ومعرفة السعر هنا يتم التسليم من طرف الناشر والدفع يكون الكترونيا .

2 ـ البنوك :الخدمة الالكترونية لدى البنوك تتجلى عند الاستعلام عن الحساب أو الرصيد أو متابعة أسعار الصرف والبورصات وبيع وشراء الأسهم وغيرها.

3ـ التوزيع :مثل توزيع المنتجات الالكترونية من برامج وأجهزة حاسوب آلي وتوزيع الأفلام والأشرطة والصور وغيرها .

4 ـ النشر :مثل قيام المؤسسات بنشر إصداراتها من الكتب والمجلات والجرائد الكترونيا .

5 ـ الخدمات العامة :مثل الاستشارات الطبية والقانونية والإدارية والهندسية والتعليمية وغيرها

6 ـ التصميمات الهندسية : مثل إمكانية تصميم منتج جديد من قبل فريق عمل ليس بالضرورة يتواجد في مكان واحد .

7 ـ التجارة الدولية :بهدف زيادة كفاءة التجارة الدولية ،من خلال تكوين معلومات عن الشركاء التجاريين ،ومعلومات عن الأسواق والقوانين وطرق النقل ،ومعلومات عن الجمارك والضرائب والرسوم وطرق الدفع ،وقواعد التصدير والاستيراد والأسعار ،وبصفة عامة كل ما له علاقة بالتجارة الدولية .

سادسا :مميزات التجارة الالكترونية :

هناك مميزات كثيرة للتجارة الالكترونية تجعلنا نعتمد عليها كنمط أساسي للنشاط التجاري لبلوغ الأسواق التي لا يمكن للتجارة التقليدية تحقيقها في عصر يتميز بتطور تكنولوجي ومعلوماتي فائق الدقة والسرعة ،ويمكن إيجاز أهم مميزات التجارة الالكترونية على النحو الآتي :

1 ـ لا توجد صلة مباشرة بين طرفي العملية التجارية لان التعامل يتم من خلال شبكة الاتصالات ،على الرغم من أن هذا التعامل ليس بالجديد من خلال استعمال وسائل اتصال سابقة مثل الهاتف والفاكس ،لكن ما يميز الاتصال في التجارة الالكترونية هو قيامها على درجة عالية من الفاعلية.

2 ـ إن إجراء و تنفيذ المعاملات بين الأطراف تتم الكترونيا وبدون استعمال مستندات ووثائق وأوراق متبادلة بينهم ،فالرسالة الالكترونية هي وسيلة المعاملة وهي الحجة القانونية بين الطرفين في حالة نشوب أي خصومة بينهما ،على الرغم من أن ذلك يمكن أن يفتح المجال أمام مسالة أدلة الإثبات القانوني ،وهذا في حد ذاته يمثل عائقا أمام تطور ونمو التجارة الالكترونية .

3 ـ تتميز التجارة الالكترونية بالتفاعل الجمعي أو المتوازي ، أي إمكانية التعامل مع أكثر من طرف واحد في نفس الوقت ،من خلال إرسال رسالة الكترونية مرة واحدة وفي نفس الوقت لعدد من المستقبلين دون الحاجة إلى إعادة إرسالها في كل مرة .

4 ـ الكثافة المعلوماتية المتاحة لأطراف السوق (المشترون ،البائعون،الوسطاء،محللي السوق)،وفي هذا الصدد تتميز التجارة الالكترونية بكثافة معلوماتية تفوق التجارة التقليدية ،لان شبكة الانترنت تضخ معلومات كثيفة ومحدثة لجميع أطراف التعامل الالكتروني ،وبأقل تكلفة وأكثر تنوع ،وهذا ما تعجز عنه التجارة التقليدية .

5 ـ التأثير المباشر على أداء المؤسسة من خلال الانسياب الالكتروني للبيانات والوثائق والمعلومات بين الجهات المتعاملة دون تنقل بشري وبأقل التكاليف وبسرعة وبكفاءة عالية

6 ـ إيجاد وسائل تجارية تتوافق مع عصر المعلومات بحيث في هذا العصر المتسم بعصر المعلومات أصبحت الحاجة ملحة إلى توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر ومميزاته ،ولذلك تمكنت التجارة الالكترونية من إيجاد وسائل لإدارة النشاط التجاري في كل الميادين ،كما أمكن إحداث تغيير كلي في طريقة تقديم الخدمة وعرض المنتج حسب خيارات السوق .

7 ـ الدخول للأسواق العالمية وتحقيق عوائد أعلى من الأنشطة التقليدية ،فالتجارة الالكترونية لا تحدها حدود وطنية أو فواصل جغرافية لدخول الأسواق التجارية العالمية وإنما تحدها تغطية شبكات حاسوبية عالمية في أبعادها ومجالاتها ،وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام الجميع وبدون تمييز بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري،وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية تسعى إلى تحرير التجارة في

البضائع والخدمات ،فان التجارة الالكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات ومفاوضات للوصول إلى توافق في الرغبات .

8. إن اعتماد التجارة الالكترونية من طرف الشركات أصبح بإمكانها تلبية خيارات الزبون بيسر وسهولة وتتفهم احتياجاته وتحقق له نسبة رضاء عالية لا يمكن لوسائل التجارة التقليدية تحقيقه ،فيمكن للزبون أن يعرف الأصناف والأنواع ومميزات كل نوع وصنف للاختيار والمفاضلة وتقييم السلعة أو الخدمة موضع الشراء من حيث مدى تلبيتها لرغبته وخياراته .

9 ـ تطوير الأداء الخدماتي والتجاري للمؤسسات ذلك أن التجارة الالكترونية بما تتطلبه من بنى تحتية تقنية واستراتجيات إدارية ومالية وتسويقية وإدارة علاقات واتصال بالآخرين ،تمنح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف المجالات والميادين ،كما أن نمو التجارة الالكترونية يحفز الأبحاث على إيجاد أساليب جديدة لاستعمال الشبكات الالكترونية .

هذه هي بعض مميزات التجارة الالكترونية التي تستوجب منا فرصة استغلال هذا الأسلوب المبتكر من الأعمال للوصول إلى أسواق لا تحققها التجارة التقليدية

سابعا: منافع التجارة الالكترونية:

استحوذت التجارة الالكترونية بكل أبعادها ومضامينها وتطبيقاتها على اهتمام وعناية العديد من المؤسسات العلمية والبحثية والدارسين والمفكرين وغيرهم ،وقد تناولت هذه الدراسات الميدانية المنافع والايجابيات التي كان للتجارة الالكترونية الفضل في تحقيقها على ارض الواقع ،وسنتناول في هذه النقطة باختصار بعضا من هذه المنافع على ثلاثة مستويات :على المستوى الوطني وعلى مستوى مؤسسات الإعمال والشركات ثم على مستوى الأفراد .

1 ـ **منافع التجارة الالكترونية على المستوى الوطني** : يمكن إيجازها في العناصر الآتية :

أ- التجارة الالكترونية وسيلة لزيادة القدرة التنافسية للمنتجات مما يحقق الزيادة في الصادرات من خلال سهولة الاتصال بمراكز الاستهلاك الرئيسية ،وبالتالي إمكانية تسويق السلع والخدمات عالميا وبتكلفة معقولة .

ب ـ التجارة الالكترونية أداة لتنشيط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة : باعتبار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة احد المحاور الأساسية للتنمية الاقتصادية لكن معاناتها تكمن في نقص الموارد الكافية للوصول إلى الأسواق العالمية ،فان التجارة الالكترونية تفتح لها فرصة المشاركة في حركة التجارة العالمية بفعالية اكبر ،من خلال ما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والإعلان والترويج ،وهذا ينعكس بالإيجاب على تنشيط هذه المؤسسات في حد ذاتها وتتمكن من الوصول إلى الأسواق العالمية .

ج ـ التجارة الالكترونية وسيلة لخلق فرص عمل جديدة بإتاحة الفرصة للمشاريع الصغيرة أوالأفراد التي لها صلة مباشرة بالأسواق العالمية لتقديم خدماتهم ومنتجاتهم والقيام بمعاملات تجارية على المستوى العالمي والإقليمي ،دون الحاجة للتنقل وبأقل التكاليف .

د- التجارة الالكترونية وسيلة لتحسين الخدمات الحكومية من خلال إسهامها فيسهل الإجراءات وتبسيط المعاملات التي يحتاجها الناس وتقريب الإدارة منهم ،وبالتالي هذا مكسب للحكومة في تحقيق التواصل مع المواطنين وزيادة الشفافية في الأعمال الحكومية .

ه التجارة الالكترونية وسيلة للاستفادة من التكنولوجيا المتقدمة ،بما أن التجارة الالكترونية تحتاج إلى بنية أساسية من شبكات وهياكل معلومات ، إضافة إلى النقص الملحوظ في تكنولوجيا المعلومات على المستوى العالمي ،هذا يخلق مناخا لإنشاء مؤسسات جديدة تستثمر في مجال تكنولوجيا المعلومات على المستوى المحلي باستطاعتها المنافسة على المستوى العالمي وتقديم خدماتها عن بعد .

2 ـ منافع التجارة الالكترونية على مستوى مؤسسات الأعمال والشركات :

ا- تسويق أكثر وأرباح أوفر:إن الاعتماد على الانترنت في التسويق ،يتيح للشركات عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أنحاء العالم ،وبالتالي تصل إلى اكبر عدد من الزبائن ،وهذا يوفر لها فرصة جني اكبر الأرباح.

ب- تخفيض التكاليف :إن عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الالكترونية تعتبر اقل كلفة من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب،كما لا تتحمل الشركات نفقات باهظة على الإشهار والترويج ،آو تركيب تجهيزات مرتفعة التكلفة لخدمة الزبائن ،ولا تستخدم عدد كبير من الموظفين للقيام بعمليات الجرد والأعمال الإدارية ،إذن أن توفر البيانات على الانترنت تحتفظ بتواريخ عمليات البيع وأسماء الزبائن فتمكن شخص واحد بمفرده استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص عمليات البيع بسهولة ،وقد بينت بعض الدراسات بان التقليص في التكاليف الإجمالية يصل إلى نسب تتراوح ما بين 15 ـ 55 في المائة .

ج- تواصل فعال مع الشركاء والزبائن :لا يحد التجارة الالكترونية حدود وطنية أو فواصل جغرافية ،وهذا يوفر تواصل فعال لتبادل المعلومات مع الشركاء ومع الشركات ،وبالتالي توفر التجارة الالكترونية فرصة جيدة للشركات للاستفادة من السلع والخدمات المعروضة من باقي الشركات الأخرى

د- توفير عاملي الوقت والجهد : الأسواق الالكترونية تعمل بشكل دائم ودون انقطاع ولا يحتاج الزبائن للسفر آو الانتظار في طابور لاقتناء منتج معين ونقله إلى البيت،بل الأمر يتطلب فقط النقر على المنتج وإدخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية ،وأنظمة الدفع الأخرى مثل النقود الالكترونية .

ث- خفض الأسعار:إن تخفيض تكاليف التعامل تعتبر احد ابرز مزايا التجارة الالكترونية مقارنة بالتجارة التقليدية ،ذلك أن التعامل الروتيني القائم على العنصر البشري يحمل في طياته إمكانيات لتحقيق وفورات هائلة في التكاليف في حالة تحويله الكترونيا،مما يصب في مصلحة الزبائن على شكل أسعار منخفضة .

ح- نيل رضا الزبائن:توفر الانترنت اتصالا مباشرا ،مما يتيح للشركات الموجودة في السوق الالكتروني الاستفادة من الميزات المقدمة للإجابة على استفسارات الزبائن بسرعة،مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم

ه- تحسين الوضع التنافسي وجودة الخدمة:تساهم التجارة الالكترونية في تحسين الوضع التنافسي للموردين ،بجعلهم اقرب إلى الزبون من خلال تقديم مستوى أحسن من الدعم قبل وبعد البيع ،ومستويات اعلي من المعلومات خاصة بالسلع والخدمات وطرق الاستفادة منها،إضافة إلى سرعة الاستجابة لحاجات ورغبات الزبائن ،وفي المقابل يحصل الزبون على سلعة أو خدمة ذات جودة عالية .

2. منافع الأفراد من التجارة الالكترونية:ويمكن ذكر البعض منها على سبيل المثال لا الحصر كما يلي :

أ- توفير الوقت والجهد

ب- الاستجابة السريعة للحاجات.

ج- تخفيضات هائلة على الأسعار .

د- إضافة خدمات وسلع جديدة ومبتكرة.

ث- تقديم خدمات شخصية مفصلة حسب طلبات الزبون .

ح- حرية الاختيار والمفاضلة.

هـ تحسين جودة المنتج .

ثامنا :معوقات التجارة الالكترونية:

إن البحوث التي تناولت التجارة الالكترونية بالدراسة والتحليل أشارت إلى أهميتها ومنافعها وتأثيراتها الايجابية باعتبارها أسلوب تسويقي وتقني مبتكر وان مكاسبه تفوق مخاطره ،ولكن هذا لا يعني بان التجارة الالكترونية لا تعترضها صعوبات تقف عائقا أمام تحقيق أهدافها وهذا ما أشارت إليه البحوث والدراسات التي اهتمت بهذا الموضوع في نفس الوقت،ويمكن إيجاز أهم معوقات التجارة الالكترونية في النقاط الآتية :

1 ـ الكثير من الشركات لا تدرك مخاطر الاقتصاد الالكتروني ،فقد اجري استطلاع للرأي عام 2000 وشمل 1500 مسؤول عن شركات في أوروبا وأمريكا الشمالية ،وكانت النتيجة أن كثيرا من هذه الشركات تواجه صعوبات في إدراك المخاطر المترتبة عن الاقتصاد الالكتروني ،ولم تستعد بعد لمواجهة مخاطر إجراء صفقات على الانترنت .

2 ـ انعدام وجود شبكات معلوماتية سريعة تستطيع نقل معلومات الصورة والصوت والنص في نفس الوقت وبسرعة وجودة .

3 ـ نقص الطرق العملية والآمنة للتوقيع الالكتروني وحماية شبكات المعلومات ومواقع الانترنت الخاصة بمواقع التجارة الالكترونية من هجمات قراصنة الحاسوب والانترنت ومحاولة التزوير والتصنت وسرقة أرقام بطاقات الاعتماد والائتمان للزبائن وإرسال الفيروسات التي قد تتسبب في أضرار كبيرة ،وبالتالي تعرقل عمل هذه المواقع على الشبكات .

4 ـ انتشار الغش التجاري وقلة أو غياب التشريعات المناسبة ،وضعف امن الاتصالات على شبكة الانترنت مما يعرقل نمو التجارة الالكترونية خاصة في الدول في الدول النامية .

5 ـ إن استعمال الرسائل الالكترونية بين المتعاملين دون الوثائق والأوراق والمستندات يفتح الباب أمام غياب الدليل القانوني في حالة وجود خلاف بين الطرفين المتعاملين، وهذا في حد ذاته يمثل عائقا أمام تطور ونمو التجارة الالكترونية.

تاسعا :متطلبات نجاح التجارة الالكترونية :

إن التجارة الالكترونية حسب مفهومها تهدف إلى تعظيم حجم المعاملات التجارية في مختلف المستويات بواسطة قنوات الاتصال المباشر ة بين المتعاملين باستعمال وسائل الاتصال الالكترونية المبتكرة التي تتماشى وهذه الوسائل ،كما تهدف إلى تحسين إمكانية الحصول على معلومات أفضل عن الأسواق ،وتقديم منتجات وخدمات تستوعبها هذه الأسواق ،ولذلك تعتبر وسيلة متميزة وغير مسبوقة للوصول إلى أسواق العالم جميعها في وقت واحد وبأقل التكاليف لإشباع الرغبات والحاجات وتحقق للأطراف المتعاملة أهدافها بكل يسر وبأقل التكاليف ،كما تلعب التجارة الالكترونية دورا بالغ الأهمية في تحسين عملية اتخاذ القرار ،وهذه الأخيرة لا تؤخذ إلا في ضوء معلومات دقيقة وعالية المصداقية والتأكد ،إلا أن قدرة التجارة الالكترونية على بلوغ هذه الأهداف يتطلب وجود معايير وهياكل تمكن من أداء العمل المطلوب بكل فعالية وكفاءة ،ولذلك أجمعت الكثير من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع بان نجاح التجارة الالكترونية يستلزم توفر المتطلبات الآتية :

1. تقديم الدعم الكافي والضروري لمفهوم التجارة الالكترونية من خلال تثقيف وتدريب الإطارات الإدارية والمالية ومسؤولي التسويق والمبيعات وتقنية المعلومات حتى يتسنى لموظفي وعمال الشركة تمثيل جميع القطاعات في القرارات التي تتخذ بشان التجارة الالكترونية .

2. توفر خطوط اتصال كافية تغطي حاجة نقل المعلومات الكترونيا، مع رسم إستراتيجية فعالة لدفع الشركات الخارجية للتعامل معها .

3. وجود أساليب مختلفة متاحة لتوقيع الوثائق والمستندات الكترونيا .

4. تحديد المسؤولية والحدود القانونية للمعاملات التجارية الالكترونية .

5. تامين الشبكات الالكترونية.

6. توافر مبادئ حماية حقوق الملكية الفكرية .

7. توفر قواعد بيانات يمكن تحديثها باستخدام برامج مثل تصفح الانترنت، والبحث في محتوياتها وفق معايير مرنة ومحددة.

8. توفير قوانين وتشريعات وأحكام تنظم عمليات التبادل الالكترونية وتضمن حقوق ومصالح أطراف التبادل جميعهم ، وفي هذا الإطار فقد أوصت الأمم المتحدة وعبر لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي في جلستها العامة بتاريخ 16 ديسمبر عام 1996 باعتماد قانون نموذجي بشان التجارة الالكترونية ،مفاده بان تولي جميع الدول عند سن قوانينها أو تنقيحها على ضرورة توحيد القوانين الواجبة التطبيق على البدائل للأشكال الورقية للاتصال وتخزين المعلومات .

الخلاصة

التجارة الالكترونية احد المفاهيم الجديدة التي دخلت اليوم عالم الفكر والمعرفة ،وأصبح تداولها شائع الاستخدام في العديد من الأنشطة الإنسانية التي لها علاقة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ،وبالتالي تمثل إحدى مظاهر توظيف التقنية الرقمية في مجال الأعمال ، ولذلك تشير التجارة الالكترونية إلى عمليات بيع وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بين البائعين والمشترين من خلال شبكات الحاسبات الآلية والانترنت،ومع تطور هذه الأخيرة مع نهاية القرن العشرين ،تطورت معها الأنشطة الاقتصادية وتميزت باتجاه قوي نحو جعل الأسواق التجارية ذات صبغة عالمية ،اعتمادا على التطور المذهل في الإمكانيات المبتكرة في الاتصالات الدولية وتكنولوجيا المعلومات ،ومع تطور حماية التعاملات التجارية على شبكة الانترنت التي تم وضع مقاييس لها أصبحت التجارة الالكترونية جزءا من الواقع الاقتصادي الدولي .

المراجع :

1 ـ عامر محمد محمود ،التجارة الالكترونية ،مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ،عمان 2006،

2 ـ عبد الفتاح بيومي حجازي ،التجارة عبر الانترنت ،دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية 2007 .

3 ـ ناصر خليل ،التجارة والتسويق الالكتروني ،دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن 2006.

4 ـ سعد غالب ياسين و بشير عباس العلاق، التجارة الالكترونية ،دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن 2004 .

5 ـ رأفت رضوان ،عالم التجارة الالكترونية ،منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ،القاهرة 1999 .

6 ـ طارق طه ،التسويق بالانترنت والتجارة الالكترونية ،دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية ،2006 .

7 ـ كويك نوتس ،التجارة الالكترونية ،دار الفاروق للنشر والتوزيع ،مصر 2004.

8 ـ عبد الفتاح بيومي حجازي ،النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية ،دار الفكر الجامعي الإسكندرية ،2006.